

На правах рукописи

ФИЛИН АНДРЕЙ МИХАЙЛОВИЧ

**МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ
РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА СТРАХОВЫХ УСЛУГ
(на примере Республики Дагестан)**

Специальность 08.00.10 – Финансы, денежное обращение и кредит

АВТОРЕФЕРАТ

**диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук**

Махачкала – 2013

Диссертация выполнена в ФГБОУ ВПО
«Дагестанский государственный университет»

Научный руководитель: доктор экономических наук, профессор
Алиев Басир Хабибович

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры «Финансы и кредит»
ФГБОУ ВПО «Чеченский государственный
университет»,
Алклычев Алклыч Магомедович

кандидат экономических наук, доцент кафедры
«Финансы и страхование» ФГБОУ ВПО
«Дагестанский государственный университет»
Махдиева Юлия Махдиевна

Ведущая организация: Федеральное государственное бюджетное учреж-
дение науки Институт социально-экономических
наук Дагестанского научного центра РАН

Защита диссертации состоится 25 сентября 2013 г. в 14:00 часов на засе-
дании совета по защите докторских и кандидатских диссертаций Д212.053.01 в
ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный университет» по адресу: 367025,
г. Махачкала, ул. М. Гаджиева, 43а.

Объявление о защите диссертации и автореферат размещены на офици-
альном сайте ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный университет»
www.dgu.ru и размещен на сайте Министерства образования и науки Россий-
ской Федерации vak2.ed.gov.ru 22 августа 2013г.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке ФГБОУ ВПО
«Дагестанский государственный университет».

Автореферат разослан 22 августа 2013 г. Отзывы на автореферат, заверен-
ные печатью, просьба направлять по адресу: 367025, г. Махачкала, ул. М. Гад-
жиева, 43а, ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный университет», дис-
сертационный совет Д212 053.01.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
д.т.н., профессор



К.Р. Адамадиев

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность диссертационного исследования. Рынок страховых услуг способствует постоянному возобновлению процесса общественного производства. Через страховые фонды страховщиков он участвует в управлении финансовыми потоками в народном хозяйстве. В финансировании страховой защиты принимают участие различные финансовые институты. В то же время, эти институты потенциально выступают объектами размещения инвестиционных ресурсов страховых компаний. Это обуславливает весьма важную роль рынка страховых услуг в финансовой системе страны. Перспективы неизбежной конкуренции с иностранными страховыми компаниями, которые имеют более совершенные методы работы с клиентом, должны побудить отечественные компании уделять больше внимания маркетинговым аспектам управления развитием страхового рынка, поскольку фундаментальную основу долгосрочных преимуществ в конкурентной борьбе, которые страховая компания может достичь, представляет маркетинговая стратегия ее развития.

В настоящее время страховой маркетинг в России находится в стадии становления, а использование инструментов страхового маркетинга на региональном уровне носит ограниченный характер.

Создавая спрос и стимулируя сбыт своих продуктов (услуг), страховые компании в состоянии изменять поведение потребителей в своих экономических интересах. В этом плане система маркетинговых технологий развития рынка страховых услуг должна быть ориентирована на реализацию региональных интересов, которые в каждом регионе имеют свои специфические черты и характеристики.

В современных российских условиях роль маркетинга все еще недостаточно оценивается в практической деятельности страховых организаций. Во многом это обуславливается тем, что до настоящего времени отсутствует достаточно четкое научное объяснение сути и роли маркетинга в страховании, основных его принципов и функций. В этой связи тема, выбранная для исследования, представляется весьма актуальной.

Степень научной разработанности темы. Проблемы теории и практики

развития страхования освещены в научной литературе такими отечественными и зарубежными учеными, как Воблый К.Г., Райхер В.К., Абалкина Л.И., Адамчук Н.Г., Архипов А.П., Балабанов И.Т., Беккин Р.И., Коломин Е.В., Лайков А.Ю., Рейтман Л.И., Алиев Б.Х., Махдиева Ю.М., Гвозденко А.А., Турбина К.Е., Федорова Т.А., Шахов В.В., Шеремет А.Д. и другими.

Развитие региональной социально-экономической системы рассмотрено в работах Барбакова О.М., Гаврилова А.И., Гоффе Н., Новоселова А.С., Некрасова Н.Н., Морозовой Т.Г. и других авторов.

Вопросы развития маркетинга товаров и услуг, в том числе страхового маркетинга, нашли отражение в работах таких отечественных и зарубежных ученых, как Абрамишвили Г.Г., Ахмедов Н.А., Беквит Г., Голубков Е.П., Дайан А., Букерель Ф., Гомелля В.Б., Дойль П., Зубец А. Н., Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В., Крупчатников А.В., Ламбен Ж.Ж. и других.

Несмотря на достаточное количество научных публикаций, посвященных страховому маркетингу, вопросы, связанные с использованием инструментов маркетинга в управлении развитием регионального рынка страховых услуг с целью повышения эффективности его функционирования, выявления проблемных и приоритетных сторон его развития являются недостаточно освещенными в экономической литературе, что и определило выбор темы, цели и задачи диссертационного исследования.

Цель и задачи исследования. Основной целью исследования является обобщение теоретических основ и разработка методических рекомендаций по использованию инструментов маркетинга в управлении развитием регионального рынка страховых услуг, определение проблем и приоритетов его развития, выявление основных векторов повышения эффективности его функционирования с использованием маркетинговых технологий.

В соответствии с поставленной целью в диссертационном исследовании потребовалось решение следующих задач теоретического и прикладного характера, определивших логику, концепцию и структуру диссертационного исследования:

- исследовать функции рынка страховых услуг с учетом его потенциала

в социально-экономическом развитии общества;

- рассмотреть особенности организации маркетинга страховых услуг на современном этапе и направления совершенствования планирования маркетинговой деятельности страховщика;

- уточнить понятие «региональный рынок страховых услуг», исследовать факторы, определяющие его развитие на современном этапе, определить базовые принципы функционирования регионального рынка страховых услуг в системе социально-экономических отношений региона;

- исследовать особенности развития зарубежных рынков страховых услуг;

- усовершенствовать методические подходы к проведению маркетингового исследования регионального рынка страховых услуг, провести маркетинговое исследование рынка страховых услуг в Республике Дагестан;

- рассмотреть перспективы развития исламского страхования в Республике Дагестан;

- разработать комплекс мероприятий, направленных на расширение информированности населения о страховых услугах на уровне региона.

Объектом исследования является рынок страховых услуг Республики Дагестан.

Предметом исследования являются отношения, опосредующие процессы купли-продажи страховых услуг на данном рынке.

Теоретической основой диссертации послужили исследования отечественных и зарубежных ученых и специалистов теоретического и практического характера по вопросам страхования, маркетинга страховых услуг, организации и управления развития регионального рынка страховых услуг, а также фундаментальные исследования по теории менеджмента и маркетинга.

Инструментарно-методический аппарат диссертационного исследования основывается на принципах, обеспечивающих возможности применения общенаучных методов познания социально-экономических явлений. В исследовании применен системно-функциональный подход к изучению закономерностей развития рынка страховых услуг, методы маркетинговых исследований, а

так же сравнительный, системный, статистический и социологический анализ, формально-правовой и метод экспертных оценок, основные общелогические методы (анализ, синтез, индукция, дедукция).

Нормативно-правовую базу диссертации составляют Законы РФ, Указы Президента РФ, Постановления Правительства РФ, законодательные и нормативные акты субъектов РФ, регулирующие вопросы социально-экономического развития регионов и функционирования страхового рынка.

Информационно-эмпирической базой исследования послужили официальные материалы федеральных и региональных органов Росстата, статистические ежегодники, материалы исследований отечественных и международных организаций, интернет-ресурсы, а также результаты маркетингового исследования рынка страховых услуг Республики Дагестан, в котором автор принимал непосредственное участие.

Область исследования соответствует требованиям паспорта научной специальности ВАК: 08.00.10 – Финансы, денежное обращение и кредит – Рынок страховых услуг: п. 7.1. Современные тенденции организации и функционирования системы страхования и рынка страховых услуг; п. 7.5. Развитие систем страхования и страхового рынка в современных условиях.

Научная новизна диссертации заключается в разработке теоретико-методических положений и практических рекомендаций по использованию маркетинговых инструментов в управлении развитием регионального рынка страховых услуг.

В ходе диссертационного исследования получены следующие результаты, обладающие признаками научной новизны:

- дополнены функции рынка страховых услуг с учетом его потенциала в обеспечении стабильности работы рыночного механизма и повышении уровня жизни населения;
- усовершенствован алгоритм процесса планирования страхового маркетинга на основе обеспечения более полной корреляции между задачами маркетинговой деятельности страховщика и целями его бизнеса с учетом имеющегося ресурсного потенциала страховой компании и перспектив развития конку-

рентной среды;

- уточнено понятие «регионального рынка страховых услуг» как системы, способствующей повышению безопасности воспроизводственных процессов и обеспечению социальной стабильности общества на данной территории; определены базовые принципы функционирования регионального рынка страховых услуг в системе социально-экономических отношений региона;

- с учетом современных характеристик регионального рынка страховых услуг усовершенствованы методические подходы к проведению маркетингового исследования регионального рынка страховых услуг;

- выявлены мотивы поведения потребителей на дагестанском рынке страховых услуг и обосновано, что большие социально-экономические перспективы в Республике Дагестан имеет развитие института исламского страхования;

- предложены методические рекомендации по разработке программы расширения информированности населения о страховых услугах на уровне региона, реализация которой будет способствовать росту страховой культуры населения и повышению эффективности функционирования регионального рынка страховых услуг в целом.

Теоретическая и практическая значимость исследования заключается в том, что полученные в ходе исследования выводы и рекомендации могут служить основой для совершенствования форм и методов использования маркетинговых инструментов в управлении развитием регионального рынка страховых услуг, выявлении особенностей и приоритетов его развития, разработки новых видов страхования и маркетинговых стратегий страховых компаний на региональном рынке.

Материалы исследования могут быть использованы в системе подготовки специалистов по маркетингу и страховому делу, при чтении учебных курсов для студентов и магистрантов «Страхование», «Страховое дело», «Финансовый маркетинг».

Апробация результатов исследования. Результаты и выводы исследования докладывались на международных, региональных и вузовских научных и научно-практических конференциях. Отдельные результаты исследования ис-

пользуются в учебном процессе ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный университет» при преподавании дисциплины «Страхование».

Публикации. Основные теоретические положения и практические рекомендации автора опубликованы в 11 работах (в том числе 4 статьи в журналах, рекомендованных ВАК РФ) общим объемом 5,05 п. л. (в т.ч. автора – 3,55 п. л.).

Объём, структура и содержание работы. Диссертационное исследование изложено на 167 страницах текста, состоит из введения, трёх глав, заключения, библиографического списка из 159 наименований. Работа иллюстрирована 24 таблицами и 14 рисунками.

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, формируются цель и задачи исследования, степень разработанности проблемы, научная и практическая значимость работы.

В первой главе «Теоретические основы маркетинга страховых услуг» исследуются функции рынка страховых услуг с учетом его потенциала в социально-экономическом развитии общества, рассматриваются особенности организации маркетинга страховых услуг на современном этапе и направления совершенствования планирования маркетинговой деятельности страховщика.

Во второй главе «Методические подходы к исследованию регионального рынка страховых услуг» рассматриваются понятие и принципы функционирования регионального рынка страховых услуг, проводится анализ развития российского страхового рынка, регионального рынка страхования Республики Дагестан, а также зарубежных рынков страхования, предлагаются рекомендации по совершенствованию методических подходов к проведению маркетингового исследования регионального рынка страхования.

В третьей главе «Управление развитием регионального страхового рынка с использованием маркетинговых технологий» проводится маркетинговое исследование рынка страховых услуг Республики Дагестан, определяются перспективные направления развития рынка страховых услуг Республики Дагестан с использованием маркетинговых технологий.

В заключении изложены основные выводы, полученные на основании проведенного диссертационного исследования.

II. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

1. Дополнены функции рынка страховых услуг с учетом его потенциала в обеспечении стабильности работы рыночного механизма и повышении уровня жизни населения.

Страхование как система защиты имущественных интересов населения и организаций является неотъемлемым элементом современного общества. Система страхования предоставляет гарантии восстановления имущественных интересов, нарушенных в случае природных и техногенных катастроф, иных непредвиденных явлений. Отношения по поводу страхования возникают в результате взаимодействия следующих подсистем – рынка страховых услуг, рынка страховщиков и рынка страхователей.

Рынок страховых услуг, по мнению автора, можно определить как совокупность страхователей, страховщиков и лиц, обеспечивающих инфраструктуру страхования, а также совокупность всех видов страхования и конкретных страховых продуктов, представленных на нем.

Страховой рынок выполняет ряд взаимосвязанных функций, к основным из которых относятся распределительная, стабилизационная, социальная, накопительная, превентивная, инвестиционная и контрольная (табл. 1.).

Одной из ключевых функций рынка страховых услуг является стабилизационная функция. Перебои в процессе производства вследствие влияния различных неблагоприятных явлений отрицательно сказываются на деятельности хозяйствующих субъектов, снижают эффективность экономических процессов. Рынок страховых услуг за счет предоставления страховой защиты юридическим лицам в форме возмещения ущерба при наступлении неблагоприятных событий способен минимизировать отрицательные последствия перерывов в производстве и обеспечить стабильность работы рыночного механизма.

Еще одной важнейшей функцией рынка страховых услуг является социальная функция, которая заключается в повышении уровня жизни населения через механизм предоставления страховой защиты физическим лицам. Однако,

на сегодняшний день роль страхового рынка в обеспечении социальной стабильности общества явно недооценена.

Таблица 1

Функции рынка страховых услуг¹

ФУНКЦИИ РЫНКА СТРАХОВЫХ УСЛУГ	
Распределительная	заключается в распределении через механизм страхования отрицательных последствий рисков по территории и во времени
Стабилизационная	<i>выражается в предоставлении страховой защиты юридическим лицам в форме возмещения ущерба при наступлении неблагоприятных явлений, что обеспечивает непрерывность процесса общественного воспроизводства и, соответственно, стабильность работы рыночного механизма</i>
Социальная	<i>заключается в повышении уровня жизни населения через механизм предоставления страховой защиты физическим лицам</i>
Накопительная	реализуется через накопление заранее обусловленной страховой суммы посредством заключения договоров страхования жизни
Превентивная	обеспечивается финансированием мероприятий по сокращению негативных последствий несчастных случаев и стихийных бедствий
Инвестиционная	реализуется посредством размещения части средств страховых резервов страховщиков в ценные бумаги, банковские депозиты, недвижимость и т.д.
Контрольная	заключается в обеспечении строго целевого расходования средств страхователей

Реализация основных функций рынка страховых услуг в полной мере может быть обеспечена при условии эффективного функционирования данного рынка, для чего необходимо наличие определенных предпосылок, а именно:

- наличие спроса на страховые услуги и страховщиков, способных удовлетворять этот спрос;
- наличие развитой системы страхового законодательства;
- разработка концептуальных основ страхования, что предполагает построение грамотной тарифной политики, эффективную организацию инвестиционной деятельности и т.д.;
- включение страхования в инструментарий управления социально-экономической системой страны (региона);
- достаточный уровень страховой культуры населения.

¹ Составлена автором

2. Усовершенствован алгоритм процесса планирования страхового маркетинга на основе обеспечения более полной корреляции между задачами маркетинговой деятельности страховщика и целями его бизнеса с учетом имеющегося ресурсного потенциала страховой компании и перспектив развития конкурентной среды.

В настоящее время одним из наиболее современных методов управления деятельностью предприятий и организаций, в том числе страховых компаний, становится маркетинг. Проведенный в исследовании анализ концепций маркетинга услуг позволил автору сделать следующий вывод: несмотря на то, что они разработаны различными учеными и построены по разным принципам, в целом они имеют определенные общие теоретические положения.

Страховой маркетинг несет в себе специфические особенности, которые позволяют выделить его в самостоятельное направление: длительный период взаимодействия продавца и потребителя страховых услуг; неотделимость страховой услуги от страховщика; законодательная регламентация; отсутствие патентования страховых продуктов и низкая страховая культура.

Сегодня на рынке страховых услуг полноценное многостороннее внедрение маркетинга в свою деятельность осуществило не более 10-15 столичных российских страховых компаний, а в регионах их число вообще сводится к минимуму. Такое положение объясняется отсутствием стратегии развития у отечественных страховщиков, качество и количество страховых продуктов не удовлетворяет потребителей, показатели развития добровольных видов страхования подтверждают данное обстоятельство. Страхование должно ориентироваться на интересы потребителей страховых услуг, которые являются главными фигурами страхового рынка, и, соответственно, наиболее актуальной представляется модель страховых отношений, в которой будет обеспечен приоритет потребностей страхователей.

Проведенное автором исследование особенностей маркетинга на рынке страховых услуг позволило сделать вывод о сложности этого процесса и его важной роли в обеспечении деятельности страховщика. Реализацию процесса

планирования страхового маркетинга можно представить в виде последовательных этапов (см. рис. 1).



Рисунок 1. Алгоритм процесса планирования страхового маркетинга

Источник: составлен автором.

Предложенный алгоритм процесса планирования страхового маркетинга обеспечит более полную корреляцию между задачами маркетинговой деятельности страховщика и целями его бизнеса с учетом имеющегося ресурсного потенциала страховой компании и перспектив развития конкурентной среды.

3. Уточнено понятие «регионального рынка страховых услуг» как системы, способствующей повышению безопасности воспроизводственных процессов и обеспечению социальной стабильности общества на данной территории; определены базовые принципы функционирования регио-

нального рынка страховых услуг в системе социально-экономических отношений региона.

Обзор используемых в экономической литературе определений понятия «региональный рынок страховых услуг» показал, что они не в полной мере отражают сущностные особенности данной категории.

По мнению автора, региональный рынок страховых услуг можно определить как совокупность отношений по купле-продаже страховых услуг на основе взаимодействия основных участников данного рынка (страхователей, зарегистрированных в регионе страховых организаций и филиалов страховых организаций других регионов, субъектов, обеспечивающих инфраструктуру региональной системы страхования), направленных на повышение безопасности воспроизводственных процессов и обеспечение социальной стабильности общества на данной территории.

В отличие от других трактовок данного понятия в авторском определении отражены две ключевые функции рынка страховых услуг – стабилизационная и социальная, и, кроме того, учтены особенности территориального структурирования российского рынка страховых услуг.

Определяющее воздействие на формирование рынков товаров и услуг в регионе оказывает социально-экономическое развитие территории. Показатели, отражающие динамику совокупного объема поступлений страховых премий и страховых выплат на дагестанском рынке страховых услуг имеют тенденцию к увеличению. Так, в 2011г. страховые премии составили 954035 тыс. руб. и увеличились почти на 70% по сравнению с 2010г., в сравнении с 2006г. страховые премии увеличились почти в два раза.

С 2006 г. объем страховой премии на душу населения в Республике Дагестан вырос почти на 62%, рост страховой выплаты на душу населения составил 66%. В численном выражении налицо тенденция к росту данного показателя, но в сравнении с общероссийским показателем он ниже почти в 30 раз, а если сравнивать данный показатель со средним значением показателя европейского

рынка страховых услуг, то он ниже в 400 раз².

Проведенное автором исследование показало, что в 2011 г. на рынке страховых услуг Республики Дагестан в структуре обязательного страхования (кроме ОМС) основную долю занимало ОСАГО – 470212 тыс. руб. или 49,3% доли рынка (см. табл. 2).

Таблица 2

Динамика развития рынка страховых услуг Республики Дагестан
(тыс. руб., кроме ОМС)

		страхование жизни	личное страхование	страхование имущества и финансовых рисков	страхование ответственности	ОСАГО	Итого (кроме ОМС)
2006	СП	2 357	86695	164 480	21513	252956	528318
	СВ	623	28571	39 786	0	120 977	189957
	КВ	26%	33%	24%	0%	48%	36%
2007	СП	2626	61909	64533	12020	212223	530282
	СВ	438	11971	14688	106	107051	182159
	КВ	16%	19%	23%	0,8%	50%	34%
2008	СП	4 046	74 967	82 516	28 228	309 186	494183
	СВ	969	18 358	23 493	587	151 292	191044
	КВ	24%	24%	28%	2%	49%	40%
2009	СП	8074	71913	92431	23702	392722	609405
	СВ	1057	25487	33175	2	205979	275591
	КВ	13%	35%	36%	0%	52%	45%
2010	СП	10538	60991	194633	27753	406982	696580
	СВ	3012	22532	122903	1896	190733	370853
	КВ	29%	37%	63%	7%	47%	53%
2011	СП	13547	90982	329770	46274	470212	954035
	СВ	1959	25837	31973	3265	208241	302006
	КВ	14%	28%	10%	7%	44%	32%

Источник: составлена автором по данным Федеральной службы страхового надзора <http://www.fssn.ru>; Федеральной службы по финансовым рынкам <http://www.fesm.ru>.

Анализ структуры договоров страхования на дагестанском рынке страховых услуг показал, что в добровольном страховании участвуют всего около 7% граждан.

Также в ходе исследования было выявлено, что для рынка страховых услуг Республики Дагестан характерна концентрация страхового бизнеса, приходящаяся на небольшую группу компаний. Так, на три страховые компании, занимающие лидирующие позиции на дагестанском страховом рынке, приходит-

² Объем собираемой премии на одного жителя в Швейцарии – 185752 руб., Нидерланды – 163660 руб., Дания – 142352 руб., Франция – 117096 руб. По данным Швейцарского исследовательского агентства «Swiss Re», World Insurance in 2011. <http://www.swissre.com>

ся чуть более половины всего рынка.

Таким образом, дагестанский рынок страховых услуг в настоящее время пока ещё остаётся на стадии своего становления, что обуславливается как низкими среднедушевыми доходами населения, так и низким уровнем страховой культуры населения. Участие страховых компаний в формировании инвестиционных и бюджетных ресурсов республики крайне незначительно, что говорит о слабой роли рынка страховых услуг в социально-экономическом развитии республики.

К основным факторам, отрицательно сказывающимся на развитии рынка страховых услуг Республики Дагестан, можно отнести следующие: высокий уровень дотационности республики; инфляционные процессы; отсутствие местных страховых компаний; отрицательный имидж страховой отрасли.

Вместе с тем, Республику Дагестан можно считать весьма «благоприятным» для развития рынка страховых услуг регионом, поскольку имеющийся потенциал экономики региона, его выгодное территориальное расположение создают необходимые предпосылки для развития рынка страховых услуг.

В качестве базовых принципов организации и функционирования регионального рынка страховых услуг можно выделить следующие:

- принцип наличия развитой инфраструктуры (региональный страховой рынок должен быть представлен совокупностью страховых компаний различных разрешенных законодательством организационно-правовых форм);
- принцип здоровой конкуренции страховых компаний (недопущение монопольного положения какой-либо страховой компании);
- принцип максимального удовлетворения потребностей страхователей (обеспечение страхователям свободы выбора условий предоставления страховых услуг, форм и объектов страховой защиты);
- принцип надежности и гарантии страховой защиты (выражается, в том числе, через систему перестрахования крупных и особо крупных рисков, через сострахование, создание гарантийных фондов и т.д.);
- принцип приоритета интересов страхователей (организация государственного регулирования рынка страховых услуг с целью обеспечения защиты

интересов страхователей).

Текущий этап функционирования и развития регионального рынка страховых услуг Республики Дагестан можно охарактеризовать как этап адаптации к современным условиям с целью наиболее полного использования его потенциала. Причем определяющее значение на этом этапе, по мнению автора, имеет использование маркетинговых инструментов развития данного рынка.

Российский страховой рынок является открытым для западных компаний уже давно. Иностранные страховые компании имеют в своем арсенале достаточно широкий спектр страховых услуг, современных технологии продаж страховых продуктов. В перспективе влияние иностранных страховщиков на российский рынок будет только усиливаться. Существенное воздействие на данный процесс окажет и свершившееся вступление России в ВТО.

Вышеизложенное повышает актуальность разработки и внедрения современных маркетинговых подходов к управлению рынком страховых услуг, в том числе на уровне регионов, с целью повышения конкурентоспособности отечественных страховых компаний.

4. С учетом современных характеристик регионального рынка страховых услуг усовершенствованы методические подходы к проведению маркетингового исследования регионального рынка страховых услуг.

Реализация маркетинговых стратегий и программ нацелена на повышение эффективности управления развитием регионального рынка страховых услуг и, как следствие, на более полное удовлетворение нужд потребителей страховых услуг в регионе, и предполагает, прежде всего, организацию сбора информации о потребителях, конкурентах и других участниках регионального рынка страховых услуг. Потребность в формировании такого рода информации в перспективе будет только возрастать, что обусловлено повышением значимости страхового бизнеса как в национальном, так и в международном масштабе.

Маркетинговое исследование регионального рынка страховых услуг, по мнению автора, представляет собой комплекс мероприятий по получению оперативной информации об основных участниках рынка страховых услуг оп-

ределенного региона. Маркетинговые исследования могут выступать достаточно эффективным инструментом оценки спроса и предложения на рынке страховых услуг, анализа изменений предпочтений потребителей под влиянием определенных факторов и, соответственно, могут использоваться при решении вопроса о введении того или иного вида страхования.

Данные, полученные в ходе маркетингового исследования страхового рынка, ложатся в основу сегментации рынка, что позволяет повысить спрос на страховой продукт путем его максимальной ориентации на потребителя.

Сегментацию целесообразнее проводить комплексно по ряду признаков – социально-экономическому, демографическому и географическому. Одним из основных критериев при сегментации регионального рынка страховых услуг должен выступать уровень доходов, поскольку именно данный фактор являются решающим при принятии решения о приобретении страховой услуги.

При разработке современных систем сбыта страховых продуктов необходимо максимально ориентировать их на целевые сегменты рынка, что выражается, в том числе, в выборе наиболее оптимальных каналов доступа к определенным группам потребителей. Определяющее значение при выборе определенной системы сбыта страховых продуктов в тех или иных конкретных условиях имеет поведение страхователя на этапе покупки страхового продукта, а также характеристики рисков и страхового продукта.

Оценку эффективности той или иной системы продаж страховых продуктов следует проводить путем анализа воздействия данной системы на потребительское поведение потенциальных страхователей. Такой анализ может проводиться на основе данных, полученных в ходе маркетингового исследования целевого сегмента рынка страховых услуг.

Проведенное исследование особенностей организации маркетингового исследования регионального рынка страховых услуг позволило автору определить специфические методы сбора и обработки информации при исследовании рынка страхования, которые играют особую роль в формировании маркетинговой стратегии страховщика.

К наиболее эффективным качественным методам маркетинговых исследе-

дований на рынке страховых услуг относятся интервью – с потребителями, с экспертами, продавцами и конкурентами. При количественном исследовании потребительских предпочтений страхователей наиболее целесообразным методом являются опросы, причем для страховых компаний наиболее удобными формами опроса выступают телефонный опрос и интернет-опрос через социальные сети и интернет-сайты страховщиков.

5. Выявлены мотивы поведения потребителей на дагестанском рынке страховых услуг и обосновано, что большие социально-экономические перспективы в Республике Дагестан имеет развитие института исламского страхования.

В процессе исследования были выявлены мотивы поведения потребителя на дагестанском рынке страховых услуг и установлено, что в сознании большинства индивидуумов, являющихся потенциальными участниками рынка страховых услуг, страхование не является приоритетом.

Сбережения населения носят страховой характер, выполняя роль «неприкосновенного запаса». Подобное утверждение вполне согласуется с анализом причин, по которым люди считают необходимым откладывать деньги. Так на вопрос, заданный жителям республики «На что из перечисленного Вы откладываете денежные средства?» были получены следующие ответы: 37,8% из числа респондентов думают о материальном обеспечении детей, 21,2% откладывают деньги на случай болезни или травмы, 17,7% из числа опрошенных отметили графу другое (см. табл. 3).

Таблица 3.

Предпочтения населения в откладывании денежных средств, в %

Материальное обеспечение детей	37,8
На случай болезни или травмы	21,2
На случай пожара или кражи	11,8
Для дополнительного пенсионного обеспечения	5,6
Другое	17,7
Затруднились ответить	5,9

Источник: Маркетинговое исследование рынка страховых услуг Республики Дагестан. Махачкала, 2012. С. 3.

В связи со страховой нагрузкой, которую призваны нести сбережения в

случае наступления непредвиденных обстоятельств, целесообразен анализ собственно «объектов опасений», которые в наибольшей мере тревожат население. Так, наибольшие опасения вызывают потеря здоровья (26,4%), ДТП (19,4%) и пожар (12,1%) (см. табл. 4).

Таблица 4

Объекты опасений населения Республики Дагестан (допускалось несколько вариантов ответов), в %

Потеря здоровья (личного или родственников)	26,4
Пожар	12,1
Кражи имущества	9,5
Залив квартиры	2,1
ДТП	19,4
Теракты	6,4
Бандитизм	1,3
Травмы	3,9
Стихийные бедствия (землетрясения и др.)	2,6
Другое	10,5
Ничего не боюсь	5,8

Источник: Маркетинговое исследование рынка страховых услуг Республики Дагестан. Махачкала, 2012. С. 3.

На региональном рынке страховых услуг, помимо социально-экономических факторов, которые определяют его развитие, немаловажное значение играет информированность о товаре – услуге (осведомленность индивидов о самом объекте, по поводу которого принимается решение).

На вопрос «Почему Вы не пользуетесь страховыми услугами?» среди респондентов самой популярной оказалась позиция «не задумывался над этим» (31,1% ответов). Доля респондентов, которые видят причину того, что они не пользуются услугами страховых компаний, в том, что они плохо осведомлены о страховании, составила 16,7%. 12,2% респондентов считают, что страхование «это пустая трата денег» (см. табл. 5).

Следовательно, страхование в Дагестане просто не входит в круг интересов индивидов как потенциальных участников рынка страховых услуг. Рационально аргументированные ответы на данный вопрос «потому что нет лишних средств», «я не верю, что могу получить компенсацию» в общей сложности набрали наименьшее количество ответов.

Таблица 5

Причины не востребоваемости страховых услуг в Дагестане
(допускалось несколько вариантов ответов), в %

Не задумывался над этим	31,1
Я плохо осведомлен о страховании	16,7
Я не верю, что смогу получить компенсацию	8,5
Я пользуюсь услугами страховых компаний	10,8
Это пустая трата денег	12,2
Несчастные случаи меня не пугают	10,6
Потому что нет лишних средств	2,8
Другое	7,3

Источник: Маркетинговое исследование рынка страховых услуг Республики Дагестан. Махачкала, 2012. С. 4.

В оценке уровня своих знаний о страховых услугах мнения респондентов распределились следующим образом: 58,4% опрошенных обозначили, что знают о страховании поверхностно, 14,3% – не знают о страховании практически ничего, 18 % разбираются в страховании и почти 3% от общего числа опрошенных разбираются в страховании отлично (см. табл. 6).

Таблица 6

Уровень осведомленности о страховых услугах, %

Разбираюсь в этом отлично	2,8
Хорошо разбираюсь в страховании	6,5
В целом разбираюсь, но не глубоко	18
Знаю об этом поверхностно	58,4
Не знаю практически ничего	14,3

Источник: Маркетинговое исследование рынка страховых услуг Республики Дагестан. - Махачкала, 2012. С. 5.

Полученные результаты свидетельствуют о том, что в массовом сегменте уровень информированности населения о страховании как виде финансовой активности очень низок. Такое положение препятствует эффективному развитию регионального рынка страховых услуг в Дагестане. Ведь если потребитель не понимает, о чем идет речь, то он ничего не купит.

Задача маркетинга в управлении развитием регионального рынка страховых услуг состоит не только в том, чтобы выявить факторы, оказывающие влияние на принятие индивидуумами решения о приобретении страховых услуг, но и определить приоритеты каждого из этих факторов в поведении потребителей рынка страхования. Оказывая воздействие на потенциального страхо-

вателя с помощью инструментов маркетинга, можно рассчитывать на положительный эффект

В исследовании автором сделан вывод о том, что низкая страховая культура населения республики объясняется во многом тем, что большинство дагестанцев отдает решающую роль значимости морально-этических норм, содержащихся в религиозных канонах. Так, в Республике Дагестан количество этнических мусульман составляет 95% населения. Результаты опросов населения Республики Дагестан показали высокую долю респондентов, для которых религия имеет важное значение – 90,4% респондентов признали определенное влияние ислама. Это делает крайне затруднительным распространение традиционного страхования среди мусульман, поскольку отдельные его элементы противоречат принципам шариата.

В последние годы все больший интерес в мусульманском обществе вызывает система страхования «Такафул», альтернативная используемым в большинстве стран мира. Такафул – это удовлетворяющее требованиям шариата соглашение о взаимном распределении рисков между участниками (страхователями) и операторами (страховщиками).

Традиционное страхование является механизмом передачи рисков, с помощью которого страхователи могут обменять свою неопределенность на определенность. В концепции же исламского страхования передача риска от участников к оператору не предусмотрена. Риски распределяются между самими участниками такафул-схемы по принципу взаимной гарантии.

Исламское страхование несет в себе огромный потенциал и обладает большими возможностями развития в области создания уникальных страховых продуктов. По мнению автора, в Дагестане имеются достаточные предпосылки для успешного развития исламского страхования, и появление на дагестанском рынке страховых услуг исламских страховых компаний вызовет повышенный интерес населения республики.

6. Предложены методические рекомендации по разработке программы расширения информированности населения о страховых услугах на

уровне региона, реализация которой будет способствовать росту страховой культуры населения и повышению эффективности функционирования регионального рынка страховых услуг в целом.

Проведенное маркетинговое исследование дагестанского рынка страховых услуг показало, что рынок страхования в регионе сформировался и функционирует, но его развитие, по мнению автора, можно охарактеризовать как «потенциальное». Такая картина наблюдается во многих регионах России.

Существенную роль в создании условий для эффективного развития регионального рынка страховых услуг, в обеспечении его устойчивости и надежности играет информированность населения о страховании.

По мнению автора, недостаточная информированность потенциальных страхователей о самом понятии страхования в целом и о страховых услугах в частности оказывает наряду с отсутствием реальных экономических возможностей определяющее влияние на величину спроса на данные услуги.

В ходе проведения диссертационного исследования автором предложены методические рекомендации по разработке программы повышения информированности населения региона о страховых услугах с целью обеспечения эффективного развития рынка страховых услуг Республики Дагестан.

Программа по повышению информированности населения региона о страховых услугах должна выстраиваться таким образом, чтобы формировать доверие населения к системе страхования и обеспечивать уверенность потребителя страховых услуг в стабильности финансовой системы в целом и рынка страховых услуг в частности.

Реализация программы должна осуществляться на постоянной основе, это обеспечит постоянное информационное воздействие на потенциальных потребителей страховых услуг. Важным является обеспечение обратной связи в процессе реализации программы. Это существенно повысит эффективность программы и обеспечит получение очевидных положительных результатов от внедрения программы.

Для оценки эффективности реализации программы по информированию

населения о системе страхования предлагается использовать следующие показатели: показатели, свидетельствующие о выполнении работы (определяются на основе данных о количестве отпечатанных и распространенных материалов за определенный период, о частоте выходов рекламных и образовательных роликов и пр.); показатели, отражающие основные полученные результаты (определяются на основе анализа ключевых показателей развития регионального рынка страховых услуг); показатели, позволяющие оценить степень воздействия на целевые аудитории (определяются на основе результатов социологических опросов населения).

Общая схема разработки программы информирования населения о страховых услугах представлена на рисунке 2.



Рисунок 2. Схема разработки программы информированности населения о страховых услугах

Источник: составлен автором.

Реализация программы информированности населения о страховании с учетом предложенных автором рекомендаций позволит существенно повысить эффективность функционирующего регионального рынка страховых услуг и в целом будет способствовать повышению доверия к финансовой системе региона со стороны населения и хозяйствующих субъектов.

III. ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ НАШЛИ СВОЕ ОТРАЖЕНИЕ В СЛЕДУЮЩИХ ПУБЛИКАЦИЯХ АВТОРА:

Статьи, опубликованные в рекомендованных ВАК Минобрнауки РФ изданиях:

1. Алиев Б.Х., Филин А.М. Рынок страхования в Северо-Кавказском федеральном округе // Финансы и кредит. 2013. №24. - 0,5 / 0,4 п.л.
2. Филин А.М. Российский зарубежный рынок страховых услуг: тенденции и перспективы // Вестник ДГУ. 2012. №5. - 0,3 п.л.
3. Алиев Б.Х., Филин А.М. Страховой маркетинг в России: современное состояние и проблемы развития // Экономика и предпринимательство. 2013. №8. – 0,7 / 0,35 п.л.
4. Алиев Б.Х., Филин А.М. Динамика развития рынка страховых услуг Республики Дагестан // Финансы и кредит. 2013. №32 (560). - 0,7 / 0,4 п.л.

Статьи, опубликованные в других научных изданиях:

5. Филин А.М. Мировой рынок страхования: современное состояние и основные направления развития // Актуальные проблемы реформирования финансово-кредитной системы: Материалы Всероссийской научно-практической конференции (26-27 апреля 2012 г.) – Махачкала: Издательство ДГУ, 2011. - 0,4 п.л.
6. Алиев Б.Х., Филин А.М. Региональные проблемы и перспективы развития страхового рынка России // Современные проблемы маркетинга в отраслях и сферах деятельности. Материалы I Международной НПК (21-22 февраля 2012 г.). – Махачкала, 0,6 / 0,3 п.л.
7. Филин А.М. Уровень развития страхования в Северо-Кавказском федеральном округе // Актуальные проблемы мировой и региональной экономики и права на современном этапе: Материалы Всероссийской научно-практической конференции (18 февраля 2013 г.). - М.: ФБУ НЦПИ при Минюсте России, 2013. – 0,3 п.л.
8. Филин А.М. Особенности организации маркетинга в сфере услуг // Актуальные проблемы функционирования финансового механизма регионов: Сб.

материалов Региональной научно-практической конференции студентов и аспирантов. – Махачкала, 2013. – 0,25 п.л.

9. Филин А.М. Организация маркетингового исследования регионального рынка страховых услуг // Финансовые инструменты регулирования социально-экономического развития регионов: Сб. материалов Межрегиональной научно-практической конференции. – Махачкала, 2013. – 0,35 п.л.

10. Филин А.М., Кадиев Г.Г. Экономико-финансовые основы налогообложения страховой деятельности // Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Актуальные проблемы формирования и реализации налоговой политики». – Махачкала: Издательство ДГУ, 2013. – 0,35 п.л. / 0,2 п.л.

11. Алиев Б.Х., Филин А.М. Оценка и анализ рынка страховых услуг развитых стран мира. // Материалы I Международной НПК «Кризисные территории. Практика использования концепции маркетинга предприятиями и предпринимательскими структурами». – Махачкала, 2013. - 0,6 / 0,3 п.л.